

0- 795243

На правах рукописи



РЯБОВА Елена Сергеевна

**ИНФОРМАТИВНОСТЬ АНГЛОЯЗЫЧНОГО МЕДИАТЕКСТА
В ЛИНГВОКОГНИТИВНОМ АСПЕКТЕ**

Специальность 10.02.04 – германские языки

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Самара – 2012

8420004

**Работа выполнена на кафедре английского языка ФГБОУ ВПО
«Поволжская государственная социально-гуманитарная академия»**

Научный руководитель:

Гусева Елена Васильевна
кандидат филологических наук, профессор

Официальные оппоненты:

Шехтман Николай Абрамович
доктор филологических наук, профессор
кафедры теории и практики перевода
Оренбургского государственного
педагогического университета

Никитина Светлана Яковлевна
кандидат филологических наук,
доцент кафедры иностранных языков
Самарского государственного
университета путей сообщения

Ведущая организация:

**АОУ ВПО «Ленинградский
государственный университет
им. А.С. Пушкина»**

Защита состоится 26 апреля 2012 г. в 15:00 на заседании
диссертационного совета Д 212.216.03 в ФГБОУ ВПО «Поволжская
государственная социально-гуманитарная академия» по адресу: 443099, г.
Самара, ул. М. Горького, 65/67, ауд. 9.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГБОУ ВПО
«Поволжская государственная социально-гуманитарная академия».

Автореферат разослан «22» марта 2012 г.

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КФУ

Ученый секретарь
диссертационного совета
доктор филологических наук,
профессор



0000808126

Е.Б. Борисова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Исследование текста в плане описания его категорий является традиционным и имеет свою историю в отечественной и зарубежной лингвистике. В настоящее время преобладает комплексный подход к изучению текста, который базируется на принципах, разработанных в рамках коммуникативно-прагматического направления лингвистики текста, семиотической текстологии, когнитивной лингвистики и филологического анализа текста. Все эти направления объединяет то, что текст изучается как сложный знак, имеющий формальный, семантический, прагматический и когнитивный аспекты.

В данном исследовании, посвященном категории информативности англоязычного медиатекста, текст рассматривается как некая совокупность знания – информационная база, заложенная автором и воспринимаемая читателем. Текст трактуется как сочетание отражаемых в рассматриваемый период времени свойств источника информации – окружающей действительности [Шеннон 1963; Арнольд 2006: 33-45], а его основными характеристиками являются информационная насыщенность (общее количество информации, заложенной автором) [Валгина 2004: 231-233] и информативность (новостная ценность, подразумевающая новизну и/или неожиданность для читателя) [Щирова, Гончарова 2006: 34; Шемелина 2008: 67-68]. Обе характеристики функционально вариативны и сопряжены с понятием напряженности текста – степенью его оптимальной семантической наполненности, не выраженной словами [Валгина 2006: 234]. Необходимость раскрытия категории информативности в целом и названных понятий в частности с позиций когнитивной лингвистики, недостаточная изученность категории информативности на материале текстов различных функциональных стилей обуславливают **актуальность** темы исследования.

В качестве **объекта** исследования выступает категория информативности в англоязычном медиатексте. Этот тип текста выбран не случайно – в современном информационном пространстве именно медиатекст, сочетающий вербальный текст с медийными свойствами (графикой в газете, звуковым рядом на радио и визуальным в Интернете и на телевидении), наилучшим образом суммирует и передает знание, то есть информирует, и в силу этого дает достаточный материал для изучения лингвокогнитивных репрезентантов категории информативности. Вместе с тем, медиатекст невозможен без воздействия на читателя, что позволяет прогнозировать экспрессивный потенциал названной категории – потенциальную способность передать смысл с увеличенной интенсивностью, что ведет к эмоциональному или логическому усилению, которое может быть или не быть образным [Арнольд 2002: 100].

Предметом исследования являются лингвистические и когнитивные средства выражения категории информативности. Если собственно

лингвистические средства включают в себя контекстно-вариативный способ организации информации и определенный набор грамматических, лексических, стилистических средств языка, выражающих ее, то когнитивные средства предполагают обращение к опыту и знаниям читателя – его индивидуальному когнитивному пространству. Когнитивные средства выражаются компонентами процедурного знания, слагающегося из совокупности имеющегося знания и информации, извлеченной из текста, – «новое знание встраивается в существующее» [Шехтман 2005: 80].

Материалом исследования послужили медиатексты двух газетных жанров – новостного текста и комментария, отобранные из изданий *Washington Post*, *USA Today*, *The New York Times*, *Chicago Tribune*, *The Wichita Eagle*, *Los Angeles Times* (печатные и электронные версии). Общий объем материала составил 300 статей – 150 новостных статей (около 10000 знаков) и 150 статей-комментариев (около 1 млн. знаков). Выбор названных газетных жанров продиктован их «читаемостью», популярностью среди читателей, а также принадлежностью к стилистически различным языковым образованиям, сопоставление которых позволяет более полно вычленить основные параметры категории информативности. Если новостной текст рассматривается как базовый текст массовой информации, то комментарий представляет собой как бы расширенный вариант новостного текста, отличаясь от него обязательным наличием не только сообщаемой, но и аналитической части, содержащей мнение и оценку [Добросклонская 2010: 57, 63].

Цель исследования заключается в выявлении лингвокогнитивных средств создания информационной насыщенности медиатекста и его информативности (новостной ценности), реализующих авторский и читательский ракурсы категории информативности. Сопутствующей целью выступает описание прагмалингвистической специфики медиатекста.

Для достижения сформулированных целей в работе ставятся следующие **задачи**.

- Рассмотреть категорию информативности текста в ракурсе «автор – читатель», акцентируя ее когнитивную составляющую, и уточнить используемый понятийный аппарат.
- Изучить особенности организации и подачи материала в медиатексте, его тематическую отнесенность.
- Описать функционально-композиционную специфику категории информативности в медиатексте, исследовать и систематизировать языковые средства реализации категории информативности в новостном тексте и тексте-комментарии (в сопоставительном плане), а также определить, насколько информационная насыщенность медиатекста сопряжена с функцией его воздействия.
- Выявить возможные причины непонимания новостного текста и текста-комментария.

Теоретико-методологической базой исследования послужили труды отечественных и зарубежных лингвистов в области лингвистики текста (Э. Бенвенист, И.Р. Гальперин, З.Я. Тураева, Н.С. Валгина, К.А. Филиппов, Л.Г. Бабенко), теории дискурса (М.М. Бахтин, Р. Барт, Ж. Деррида, Т.А. ван Дейк, В.Е. Чернявская, М.Л. Макаров), когнитивной лингвистики (Е.С.Кубрякова, Ю.С.Степанов, В.И.Карасик), лингвостилистики и функциональной стилистики (И.В.Арнольд, Солганик Г.Я., Ю.М.Скребнев, Х. Хейн, В. Брайер, Д. Брайант), теории информации (Н. Винер, К. Шеннон, М.Л. Макаров), порождения и восприятия текста (Н.А. Шехтман, В.В. Красных, А.А. Леонтьев, Г. Алдер), изучения современной медиаречи (Т.А. Ван Дейк, Т.Г. Добросклонская, Ю.В. Шемелина).

В связи с большой социальной значимостью медиатекста его изучению уделяется большое внимание. В последнее время появились разноплановые работы, в которых исследуются собственно лингвистические и сопряженные с ними параметры медиатекста. Так, О.Р. Валульской выведена операциональная модель глубины текста – его скрытого смысла. Согласно этой модели восстановление смысла газетного текста (сообщения и эссе) является неоднозначным, но вероятностным, что объясняется жесткостью этих типов текста [Валульская: 2002]. В диссертации В.В. Варченко исследованы формы и функции цитатной речи в медиатексте [Варченко: 2007], Ю.С.Кульбит проведен сравнительный анализ эмоционально-оценочной лексики в текстах русских и зарубежных СМИ [Кульбит: 2010]; роли прецедентных феноменов в газетном тексте посвящено исследование А.С. Драпалюк [Драпалюк: 2010], а роли оценочной метафоры – работа О.Г. Ананченко [Ананченко: 2011]. Интересна диссертация Ю.В. Шемелиной, в которой на материале британской прессы описаны структура, формат и языковое наполнение новостных текстов, а также их когнитивные особенности [Шемелина: 2008].

Вне поля зрения названных исследователей остались такие вопросы, как специфика реализации основной текстовой категории – информативности – в медиатексте, ее связь с тем воздействием, которое текст производит на читателя, а также анализ возможных причин непонимания медиатекста. Все это обуславливает **научную новизну** данной работы, которая заключается в следующем. Медиатекст изучается как результат сопряженной когнитивной деятельности его создателя – автора-журналиста и его получателя – читателя. Впервые категория информативности в этом типе текста исследуется с привлечением таких параметров, как информационная насыщенность, информативность и напряженность, равно как и путем сопоставительного описания особенностей организации и представления материала в разных типах медиатекста. Также новым является соединение функций сообщения и воздействия медиатекста на основе его информационной насыщенности; предложена конкретизация возможных причин непонимания медиатекста как когнитивного образования в терминах процедурного знания.

Теоретическая значимость работы определяется тем, что проведенное исследование дополняет теорию текста – имеющиеся сведения об информативности как одной из основных текстовых категорий, рассматриваемой на материале медиатекста с позиций когнитивной лингвистики, в частности, уточняет понятия «информационная насыщенность текста», «информативность текста» «напряженность текста» по отношению к медиатексту; вносит определенный вклад в разработку методик изучения и описания механизмов порождения и восприятия текста; углубляет наше знание о функционально-прагматической специфике двух видов медиатекста – новостного текста и текста-комментария, а также конкретизирует причины их возможного непонимания.

Практическая значимость исследования состоит в том, что его результаты могут найти применение в вузовских курсах по англоязычной прессе и филологическому анализу текста, курсу теории текста и дискурса, в спецкурсах филологической направленности, а также при написании студенческих рефератов, курсовых и дипломных работ.

При анализе фактического материала использовался **комплекс методов**, включающих контекстуальный анализ, метод лингвистического и интерпретативного анализа, метод дискурсивного анализа, а также элементы статистической обработки данных.

На защиту выносятся следующие положения.

1. Категория информативности текста реализуется в двух ракурсах – авторском и читательском, выступая при этом в виде информационной насыщенности текста в первом случае и в виде информативности (новостной ценности – новизны и/или неожиданности) во втором.
2. Информационная насыщенность текста определяется его жанровой принадлежностью. Одним из средств повышения информационной насыщенности служит увеличение напряженности текста.
3. Информативность (новостная ценность) текста для читателя складывается в процессе обработки двух видов информации – лингвистической и когнитивной, что возможно при одновременной активизации присущих ему знаний – собственно лингвистических и энциклопедических, то есть знаний о мире.
4. Медиатекст имеет свою прагмалингвистическую специфику, проявляющуюся в особенностях организации материала и способах его презентации, а также в корреляции присущих ему категорий информативности и экспрессивности, функций сообщения и воздействия. Информационная насыщенность текста создает потенциал для реализации его функции воздействия, варьирующийся в новостном тексте и тексте-комментарии. Для новостного текста возможность и степень

воздействия определяются значимостью информации, составляющей денотативную структуру ненапряженного текста, то есть текста, в котором отсутствует семантическая наполненность, невыраженная словами. Возможность воздействия текста-комментария как текста, содержащего импликацию, прямо пропорциональна степени его напряженности, достигаемой различными композиционно-языковыми средствами, наиболее значимыми из которых являются цитирование, использование прецедентных имен и стилистических приемов.

5. Коммуникативные неудачи в понимании медиатекста связаны с неспособностью читателя вычленить и проинтерпретировать компоненты процедурного знания при восприятии текста. Подобная ситуация возникает при недостаточности присущих читателю лингвистических и энциклопедических знаний, а также при различии в присущих автору и читателю картинах мира, которое порождает причины культурно-исторического и социально-экономического характера, способные привести к коммуникативным сбоям.

Апробация работы: основные результаты исследования были представлены в докладах на итоговых научных конференциях преподавателей и аспирантов ПГСГА (Самара 2009, 2011), VI Международной научно-практической конференции в Международном институте рынка (Самара 2011). По теме диссертации опубликовано 9 работ общим объемом 3,3 печатных листа, из них 3 работы в изданиях ВАК (1,4 печатных листа).

Структура и объем работы: диссертация состоит из введения, четырех глав и заключения. К диссертации прилагаются списки использованной научной литературы, словарей (206 наименований) и списка источников языкового материала (300 газетных статей). Основная часть диссертации составляет 155 страниц машинописного текста.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается выбор темы, ее актуальность и научная новизна, определяются цель, основные задачи, теоретическая значимость и практическая ценность работы, формулируются положения, выносимые на защиту.

В первой главе «Категория информативности текста как объект исследования» рассматриваются основные положения категории информативности текста в традиционном (классическом) понимании и в рамках лингвокогнитивного подхода.

Отправной точкой для исследования явилось разграничение понятий «текст» и «дискурс»: под дискурсом имеется в виду когнитивный процесс,

связанный с реальным речепроизводством, созданием речевого произведения; текст же является конечным результатом процесса речевой деятельности, выливающимся в определенную законченную и зафиксированную форму [Кубрякова, Александрова 1997: 19]. При этом дискурсивность, как важное свойство текста, позволяет исследовать текст в совокупности его лингвистических и экстралингвистических характеристик.

Далее отмечается, что количество категорий текста, изучаемых лингвистикой текста, постоянно увеличивается, однако основной категорией является категория информативности, реализующая основную цель текста – передать информацию читателю.

Традиционная трактовка категории информативности в терминах содержательно-фактуальной, содержательно-концептуальной и подтекстовой информации претерпела некоторые изменения в рамках филологического анализа текста. Виды информации различаются по двум параметрам – в плане содержания и в плане выражения – и могут быть представлены двумя парами оппозиций: содержательно-фактуальная/содержательно-концептуальная информация (план содержания); эксплицитная/имплицитная, то есть содержательно-подтекстовая информация (план выражения) [Бабенко 2004: 103].

В свете когнитивной теории вышеуказанные виды информации можно свести к понятию «информационной базы», заложенной автором и воспринимаемой читателем, что позволило выделить базовые понятия категории информативности в ракурсах авторской и читательской интерпретации. В первом из них это информационная насыщенность текста, а во втором – информативность текста.

Информационная насыщенность текста понимается как общее количество информации, заложенной автором, тогда как информативность текста трактуется нами как степень новизны для читателя, которая заключена в теме и авторской концепции, системе авторских оценок предмета мысли. Среди факторов, влияющих на снижение/увеличение информативных качеств текста, отмечены интересы и фоновые знания читателя, его интеллект и «эмоциональная тонкость». Последние качества особенно важны для извлечения имплицитной информации. Не смешивая это понятие с понятием «подтекстовая информация», в дальнейшем исследовании мы опираемся на трактовку импликации как вероятностного или возможного суждения, которое вытекает из эксплицитно выраженной информации и формируется на основе фоновых знаний.

Сочетание лингвистических и экстралингвистических факторов неизбежно ведет к появлению напряженности текста. Разграничив понятия «напряженность текста» и смежные с ним – «насыщенность текста», «глубина текста» и «плотность информации», мы понимаем под напряженностью максимальную семантическую наполненность текста, что подразумевает восприятие смысла, не выраженного словами.

Во второй главе «Прагмалингвистическая специфика медиатекста» рассмотрено ключевое понятие медиалингвистики – медиатекст, который анализируется в совокупности текст + его медийные свойства – картинка (фото) в печатном издании и картинка/видео + ссылка в Интернете.

Тексты СМИ трактуются нами как принадлежащие газетно-публицистическому стилю, подвижному языковому континууму, в котором реализуются стандарт и экспрессия, переплетаются функции сообщения и воздействия. Эти функции находят отражение в таких свойствах медиатекста, как отражающее, формирующее и организующее.

Типология медиатекстов, разработанная в отечественной лингвистике, отличается неоднородностью критериев и выделенных типов медиатекста / жанров. Однако сравнение имеющихся классификаций медиатекстов (Т.Г. Добросклонская, Л.Р. Дускаева, Н.А. Кожевникова, Н.А. Николина) позволяет констатировать, что они все включают информационные и аналитические статьи, к которым относятся, соответственно, новостной текст и комментарий.

Дискурсивный анализ новостного текста, проведенный с учетом аспектов содержания и формата текста на материале газет различного характера, показал, что тематика, организация и способ презентации материала имеют явно выраженную прагматическую направленность. Электронная версия газеты отличается большим объемом информации, структурированной по принципу гипертекста, а также большей детализацией и иллюстрированностью (за счет компонентов медийного свойства – картинок и видео), нежели печатный вариант. Размещение материала в издании зависит от формата газеты и степени новостной ценности текста. Обязательными категориями дискурсивного анализа для этого типа текста показали себя Заголовок, Вводка, Главное Событие (часто выраженное через Вербальные Реакции).

Анализ текстов-комментариев, проведенный по расширенной схеме, включающей дискурсивную категорию Оценки, позволяет констатировать сходства с новостными текстами в плане организации материала, размещение которого также определяется форматом и прагматической направленностью издания, а в рамках одного издания – принадлежностью к печатной или электронной версии, которая является более полной.

Различия касаются способа презентации материала. В отличие от новостного текста комментарий характеризуется четким членением – разделением на части и абзацы – и реализацией в нем всех возможных дискурсивных категорий, которые взаимосвязаны и тесно переплетаются друг с другом. Подобное сочетание дискурсивных категорий (Заголовок, Вводка, Главное Событие, Фон, Предшествующее Событие, Последствия, Комментарии, Вербальные Реакции, История, Контекст) объясняется тем, что они отражают такие критерии новостной ценности, как Человеческий интерес и Последствия, тогда так в новостном тексте на первый план выступает критерий Актуальности. Это заставляет автора строить текст

комментария особым образом, диктует разноплановость подачи материала, определенные нарушения логической последовательности и прочих средств вербального и невербального характера, способных не только передать информацию и заинтересовать читателя, но и предложить ему варианты решения проблемы.

Сравнение выделенных суперструктур новостного текста и текста-комментария свидетельствует о действии двух тенденций в корреляции этих типов медиатекста. С одной стороны, проведенное исследование показывает различие в способах подачи материала: если новостной текст характеризуется наличием четкой, стандартизированной структуры, в которой в самом начале обязательно присутствуют Заголовок + Вводка, а затем следует Главное Событие, то комментарий отличается свободным сочетанием категорий, число которых неограниченно. Тем не менее, как показал анализ, новостной текст все чаще стремится увеличить число структурных составляющих и расширить информационные рамки, в то время как текст-комментарий тяготеет к более экономному построению текста, удобному для читателя.

В третьей главе «Языковые средства реализации категории информативности в англоязычном медиатексте» проведен собственно лингвистический анализ медиатекста – исследование формальных и содержательных характеристик категории информативности в новостном тексте и тексте-комментарии.

Формами репрезентации категории информативности в новостном тексте и тексте-комментарии выступают повествование, описание, рассуждение, имеющие различную функционально-прагматическую нагрузку. Если новостной текст представлен повествованием и описанием, передающими фактуальную информацию, то в тексте-комментарии находим, в дополнение к названным формам, также и рассуждение, позволяющее автору ввести имплицитную информацию. Каждая из композиционно-речевых форм имеет свое типичное языковое выражение – нарративный ряд, описательный ряд, ряд языковых средств, передающих рассуждение (размышление).

Исследование плана содержания категории информативности было сфокусировано на анализе трех основных понятий – информационной насыщенности текста, напряженности текста и экспрессивного потенциала текста – и сводилось к систематизации языковых средств, непосредственно представляющих их в наблюдаемых текстах.

Анализ новостного текста показал, что его информационная насыщенность равна информативности, т.к. статьи данного типа содержат лишь содержательно-фактуальную информацию и, следовательно, понятны читателю. Стремление сделать текст максимально понятным для читателя ведет к созданию ненапряженного текста. Языковые средства, используемые для этого, суммированы в таблице (см. Таблицу 1).

**Таблица 1. Языковые средства создания
ненапряженности новостного текста**

Языковые средства	Процентное соотношение
Статистические данные (в большинстве случаев это информация об увеличении/уменьшении цен, представленная в процентном соотношении либо в денежном эквиваленте)	100% статей
Уточнения: парантезы, комментирующие сообщение	93% статей
Отсутствие стилистически окрашенной лексики	85% статей

Отметим, что в отдельных примерах выявлены единицы с узуальным оценочным компонентом, которые принадлежат поверхностной структуре текста. Они настолько «прозрачны» в своем содержании, что лишь отражают определенные идеологические ориентиры, помогают эксплицитно выразить позицию автора, чем и делают текст более «удобным» для чтения и понимания – ненапряженным.

Calling her "Harry's opponent," Obama castigated [punished severely by criticizing] Angle for referring to a \$20 billion victims' compensation fund for the Gulf oil spill as a "slush fund" [Werner 2010].

Новостной текст сочетает параметры ненапряженности и максимальной информационной насыщенности, так как автору необходимо изложить как можно больше информации в ограниченном по объему тексте. Языковые средства, используемые для этого, суммированы в таблице (см. Таблицу 2).

**Таблица 2. Языковые средства создания
информационной насыщенности новостного текста**

Языковые средства	Процентное соотношение
Профессиональная лексика и терминология	100% статей
Сложносочиненные и сложноподчиненные предложения	100% статей
Схемы и таблицы	30% статей
«Чужая речь»: цитаты с указанием автора	30% статей

Проиллюстрируем использование терминологии и «чужой речи». В примере «А» цитата с указанием автора делает новостной текст убедительным и достоверным, повышает точность сообщения; пример «Б» иллюстрирует использование медицинской терминологии.

А) *National Weather Service meteorologist Tim Destri says it has about a 50 percent chance of becoming a tropical cyclone [AP (Weather across) 2010].*

Б) *Young teenagers who use acetaminophen – which most countries outside the United States call paracetamol – even once a month develop asthma symptoms more than twice as often as those who never take it, a large international study has found [Rabin 2010: 8].*

Таким образом, реализуя свою главную функцию – функцию сообщения – новостной текст является информационно насыщенным и одновременно «удобным» для восприятия – ненапряженным. Свое

воздействие на читателя новостной текст оказывает присущими ему наглядностью, достоверностью, «выпуклостью изображения», что как раз и достигается путем создания ненапряженности и одновременно максимальной информационной насыщенности текста указанными языковыми средствами.

Анализ текстов-комментариев, проведенный по той же схеме, что и у новостного текста, показал, что эти тексты характеризуются значительной информационной насыщенностью. В отличие от новостного текста информационная насыщенность текста комментария не равна его информативности, так как автор аналитической статьи представляет разнообразные точки зрения на рассматриваемую проблему и предлагает читателю самому сделать вывод о том, какой взгляд на описываемые события является наиболее близким для реципиента. При этом чаще всего автор высказывает свое собственное мнение имплицитно, «между строк», что является сложным для восприятия, понимания и интерпретации, поскольку повышает напряженность текста.

Например, в статье "McGovern Urges Clinton to Quit, Endorses Obama" автор приводит мнение бывшего сенатора США, Мак Говерна, который считает, что Хилари Клинтон не способна победить в президентской гонке:

"After watching the returns from the North Carolina and Indiana primaries Tuesday night, McGovern said Wednesday it's virtually impossible for Clinton to win the nomination. The 1972 Democratic presidential nominee said he had a call in to former President Clinton to tell him of the decision, adding that he remains close friends with the Clintons" [AP 2008].

В связи с этим он открыто советует ей отдать голоса своих избирателей в пользу Обамы и прекратить борьбу за пост президента:

"It's time to unite the Democratic Party, he said. "I now think the time has come for her to fold her tent and get the party unified, if that's possible" [AP 2008].

Однако вслед за подобными откровенными заявлениями автор статьи цитирует другого политика, представителя Демократической партии, который уверен в том, что Х. Клинтон обладает неплохими шансами на успех:

"Clinton has more primaries ahead of her, Hauffe said. "If she continues the campaign, she's got some major tests in West Virginia and the other larger states that are still holding primaries," he said. "She's got to really think this thing out." [AP 2008].

При этом, несмотря на две противоположные точки зрения, автор статьи не принимает ничью сторону. Он заканчивает свою статью словами: *"It's on the drawing board; it's written in pencil"*, намекая «между строк», что невозможно рассчитать, кто из двух претендентов в президенты – Клинтон или Обама – в действительности займет пост главы США.

Языковые средства, делающие текст комментария напряженным, суммированы в таблице (см. Таблицу 3)

**Таблица 3. Языковые средства создания
напряженности текста-комментария**

Языковые средства	Процентное соотношение
Стилистические фигуры	91% статей
Аббревиатуры без пояснения значения	85% статей
Редуцированная цитата	73% статей
Цитата, содержащая дополнительные «фигуры интертекста»: прецедентные имена, названия прецедентных феноменов, аллюзии, аппликации.	65% статей
Прецедентные имена собственные, содержащие дополнительную информацию о рассматриваемом событии	10% статей

Приведем примеры повышения напряженности текста за счет использования стилистических фигур (самое частотное средство) и прецедентных имен собственных, содержащих дополнительную информацию о политическом деятеле (наименее частотное средство). Среди стилистических средств лексического уровня наиболее активными показали себя эпитет и метафора.

You're getting back those coffee- and God-knows-what-stained ballots [McKinely 2008: 5].

В силу своей окказиональности эпитет – цельнооформленное образование, уподобленное слову, – достаточно выразителен и передает негативное отношение автора к небрежному обращению избирателей с выборными бюллетенями.

Следующие примеры включают в себя метафору: узуальную (пример А) и когнитивную (пример Б):

А). *We're under full sail already* [McKinely 2008: 5].

Б). *The rare chill in relations has thawed recently with Obama shifting to a gentler tone and Netanyahu offering conciliatory gestures, including easing Israel's Gaza blockade after a deadly raid on an aid flotilla on May 31* [Reuters 2010].

Когнитивная метафора, которая отмечена более чем в 50% всех текстов-комментариев, моделирует один объект в понятиях другого. В данном случае сравниваются отношения между политическими лидерами и климатические изменения. Когнитивная метафора экспрессивна и одновременно апеллируя к интеллектуальным знаниям читателя, повышает напряженность текста.

Прецедентные имена собственные, повышающие напряженность текста, выступают в качестве оценочных стереотипов: они включают в себя как собственные признаки, так и стереотипные представления о месте объекта в ценностной картине мира. Зафиксированы случаи использования антропонимов и хрононимов, иллюстрируемые примерами «А» и «Б»:

А) *It was Mrs Clinton who was depicted as Big Brother* [Luce 2008: 4].

Автор ссылается на произведение английского писателя Джорджа Оруэлла «1984» и сравнивает Хилари Клинтон со Старшим Братом – всевидящим оком, который знал всё обо всех, диктатором, из-за которого в стране царствовал жёсткий тоталитаризм. Именно так, с ноткой сарказма, автор статьи характеризует политику Хилари Клинтон.

Б) *Warren, a Harvard law professor, joked that her visit had been likened to Daniel in the lion's den or President John F. Kennedy speaking to Protestant ministers* [Dennis, Goldfarb 2011].

Автор, описывая те трудности, с которыми сталкивается Уоррен, сравнивает ситуацию сразу с двумя известными событиями. Первое, “*Daniel in the lion's den*”, является ссылкой на Ветхий Завет, где рассказывается о пророке Данииле. Библейское предание гласит, что Даниил и другие иудеи в Вавилоне не отказались от веры отцов, за что были часто притесняемы, однако всегда спасались. Так, однажды сам Даниил был брошен в яму со львами на растерзание, но чудесным образом спасся [Wikipedia]. Второе событие – речь президента Кеннеди перед протестантами в сентябре 1960 года. Кеннеди очень серьезно подошел тогда к рассматриваемой проблеме, ответил на все интересующие вопросы, чем заслужил уважение публики [Auster]. Обращаясь к данным событиям, Уоррен подчеркивает, что, предлагая свои пути экономического развития, она, несомненно, будет подвергнута критике со стороны приверженцев иного развития страны. Тем не менее, Уоррен рассчитывает быть услышанной и понятой.

Таким образом, статья-комментарий является максимально напряженной, то есть содержит смысл, невыраженный поверхностной структурой текста, равно как и максимально информационно насыщенной, так как основой для реализации функции воздействия (выражения мнения, оценки) является фактуальная информация.

Информационная насыщенность достигается благодаря использованию всех тех языковых средств, которые характерны для новостного текста (см. Таблицу 2), а также привлечением дополнительных языковых средств, суммированных в таблице (см. Таблицу 4).

**Таблица 4. Языковые средства создания
информационной насыщенности текста-комментария**

Языковые средства	Процентное соотношение
Парентетические внесения, расширяющие наше знание о предмете: <ul style="list-style-type: none"> • внесения-сочетания • внесения-предложения 	90% статей 35% статей
Информативно компактные предложения – сжатие нескольких сообщений в одно предложение	73% статей
Структуры неполного грамматического состава с опущением одного из членов предложения	43% статей

Аббревиатуры с пояснением автора	35% статей
Скачки в тема-рематических последовательностях	11% статей

В качестве иллюстрации покажем увеличение информационной насыщенности путем парентетических внесений, представленных сочетаниями, и посредством сжатия нескольких сообщений в одно предложение (самые частотные средства).

Внесения-сочетания варьируются от простых двухкомпонентных словосочетаний до сложных словосочетаний развернутого типа, в состав которых входит другое распространенное словосочетание, подчиненное какому-то члену основного словосочетания и содержащее в себе большое количество слов. При этом подобные парентетические конструкции используются для сравнения или сопоставления, уточнения, пояснения автором определенной информации:

They warned that damage to these islands — which have buffered the impact of major storms like Hurricane Katrina — would prove difficult to repair, perhaps impossible, and would most likely outstrip any benefit to the wetlands gained by stopping the oil with the rock barriers [Rudolf 2010].

It means [renters] can shop around more," said Eddie Edwards, a McLean real estate agent who specializes in rental properties in Northern Virginia [Carew 2009].

Максимальное количество информации может быть сообщено читателю в информативно компактных предложениях;

Emergency workers lost precious hours Monday in their ongoing battle to get the six-reactor complex under control [Nakamura, Achenbach 2011].

В приведенном примере предложение двусобытийно: *Emergency workers lost precious hours Monday. They tried to get the six-reactor complex under control.*

Таким образом, событийная информационная насыщенность текста-комментария не только неотделима от концептуальной (имплицитной) информации, но и предполагает ее. Автор излагает сообщение об определенных событиях, приводит различные мнения по данному вопросу, а также свое видение ситуации. Текст-комментарий воздействует на читателя своей оригинальностью, наличием разнообразных точек зрения по проблеме — все это достигается за счет создания напряженного, максимально информационно насыщенного текста. Позволяя реципиенту самому сделать выводы по статье и выбрать ту позицию, которую он считает верной, автор закладывает вариативность восприятия текста.

В отличие от новостного текста, текст статьи-комментария более насыщен выразительно-экспрессивными средствами, что в какой-то мере приближает его к художественному тексту.

В четвертой главе «Категория информативности в ракурсе автор-читатель» процесс понимания текста представлен в виде триады «автор — текст — читатель», показывающей, что обнаружение концептуальной информации — глубинного смысла текста — возможно только при

интерактивном чтении, когда автор и читатель являются равноправными партнерами коммуникации. Уточнив понятие «понимание текста», мы отграничили его от смежных понятий «идентификация», «восприятие» и «интерпретация».

Проблема понимания текста рассмотрена с разных точек зрения – герменевтики, филологического анализа текста, психологии, и все трактовки схожи в одном – предполагают активную позицию читателя, который опирается на имеющееся у него знание. Отсюда глобальное значение уделяется картине мира автора и читателя, определяющей их индивидуальное восприятие действительности. В терминах когнитивной лингвистики общее знание, которым обладают все члены лингвокультурной общности, образует разделяемую всеми ими когнитивную базу, однако восприятие и понимание действительности и текста как ее авторского отражения возможно только в рамках индивидуально структурированного знания – индивидуального когнитивного пространства автора и читателя. Обладая двумя типами знания – лингвистическим и энциклопедическим, которые закреплены в его индивидуальном когнитивном пространстве, читатель дает свое толкование текста, обеспечивая таким образом вариативность смыслового наполнения этого текста.

Наряду с вариантностью восприятия информации, заложенной в тексте, нельзя исключать и возможность коммуникативной неудачи – непонимания текста. Коммуникативные неудачи, зависящие от степени лингвистической и экстралингвистической компетенции адресата, рассмотрены с точки зрения лингвистического и психологического подходов. Перенеся положения теории причин непонимания в область эмпирического анализа, мы осуществили попытку анализа возможных коммуникативных сбоев в терминах процедурных знаний, представляющих собой соединение знания, имеющегося у читателя на момент чтения, с новой информацией, полученной из текста. Выделенные факторы позволили конкретизировать причины коммуникативных неудач, систематизированные Н.А.Шехтманом, применительно к медиатексту.

С точки зрения когнитивного подхода процедурные знания – это постоянно пополняющиеся и обновляющиеся знания, они всегда могут быть дополнены имеющимися декларативными знаниями, существующими в виде готовых правил и суждений. Если восприятие декларативных знаний предполагает отстраненность воспринимающего – знание отделено от субъекта, то в случае с процедурными знаниями воспринимающий является активным участником, соавтором их создания. Процедурные знания генерируют новые – новое знание встраивается в существующее [Шехтман 2005: 79-80]. Отсюда понимание текста – это процесс приобретения нового знания, образованного соединением уже имеющегося у адресата знания с новой информацией, полученной из текста. Смысловое наполнение текста можно трактовать как совокупность компонентов процедурных знаний, верно/неверно вычлененных, понятых и интерпретированных читателем.

Проведенный анализ показал, что в медиатексте обоих типов – новостном тексте и комментарии – присутствуют факторы лингвистического и нелингвистического характера, препятствующие приобретению нового знания и, следовательно, мешающие вычленению компонентов процедурного знания и пониманию текста.

Важным фактором лингвистического характера является незнание читателем лексических единиц, которые автор считает общеизвестными. В частности, у читателя могут возникнуть сложности при восприятии статьи, содержащей сленгизмы:

He only sucks up to our boss. That's the one thing he's up to [Scott 2010: 15].

Значение сленгизма “to suck up” (“to try to please by flattery, offer of service”) может быть известно не всем читателям, хотя контекст позволяет достичь частичного понимания. Иными словами, речь идет об индивидуальном непонимании, т.е. о ситуации, когда, владея (или не владея) некоторым лингвистическим знанием и определенным априорным багажом, читатель обнаруживает, что их недостаточно для ответа на вопрос, о чем текст и какими средствами передано его основное содержание [Шехтман 2005: 9-10]. В нашем случае акцентируется лингвистический аспект, лингвистическое знание, однако в большинстве случаев непонимание является результатом недостаточности лингвистических знаний и ресурсов индивидуального когнитивного пространства (личностной картины мира). Так, прецедентные имена собственные (пример А), скачки в тематических последовательностях (пример Б), аллюзии (пример В), аббревиатуры без пояснения автора (пример Г) требуют наличия определенных фоновых знаний.

A) Moreover, my hunch is that a conservative woman like Margaret Thatcher may have a better chance of being elected than a feminist with a distinguished record of standing up for women's rights [Kristof 2008].

Автор упоминает имя Маргарет Тэтчер – бывшего премьер-министра Великобритании, консерватора – для того, чтобы подчеркнуть, что избиратели не стремятся к радикальным переменам и отдают предпочтение кандидатам, придерживающимся устоявшихся традиций.

B) Barack Obama has the victories in states where President Bush won by a large margin in 2004 [Kristof 2008].

В данном случае, для того чтобы декодировать информацию – понять, в каких штатах Б. Обама популярен, – читателю необходимо иметь определенные знания о выборах американского президента Джорджа Буша – где, в каких штатах и почему он получил наибольшую поддержку.

B) Time was, says Superior Court judge candidate George Pancol, all you had to do to win election in this town was to get UAW Local 663 behind you. No more [Moore 2008].

В приведенном примере автор, используя слова “No more”, намекает на стихотворение Э.По «Ворон», в котором слово-рефрен *Nevermore* является значимым смыслообразующим структурным элементом – произнося свое

неумолимое *Nevermore*, ворон убивает последнюю надежду в душе героя. В статье, посвященной выборам президента США, использование “No more” подчеркивает неизбежность ситуации – жители, уставшие от экономических трудностей и нехватки рабочих мест, боятся смены правительства и голосуют за прежние порядки, не понимая, что это не приведет ни к чему хорошему.

Г) *David Lochbaum, a nuclear engineer and the director of the Nuclear Safety Project of the Union of Concerned Scientists, suggested Sunday that while emergency preparedness and safety redundancies were built into the DNA of every nuclear plant in the United States, the string of events that damaged the Fukushima plant was beyond the sort of situations imagined by nuclear regulators and plant designers [Zeller 2011].*

В данном примере автор использует аббревиатуру DNA, которая означает ДНК (дизорибунуклеиновая кислота), подразумевая основу строительства зданий, способных устоять при сильных землетрясениях. Сложность в данном случае заключается не только в знании значения данной аббревиатуры, но и в необходимости для читателя перенести данные знания из области физиологии в область архитектуры и строительства.

Не менее важным фактором лингвистического характера является степень сложности суперструктуры медиатекста. Новостной текст, имеющий четкую стандартизированную структуру, открывающейся Вводкой, за которой обязательно следует Главное Событие, воспринимается читателем легко. Текст-комментарий, в свою очередь, обладает более свободной структурой, включает все категории дискурсивного анализа, представленные в различных комбинациях, а также содержит дополнительно Оценку событиям, действиям, что затрудняет понимание.

Определяющим фактором нелингвистического характера, влияющим на степень понимания текста, показало себя различие индивидуальных когнитивных пространств автора и читателя, различие присущих им картин мира. Лакуны в картинах мира проявляются по-разному. Проведенный анализ медиатекстов позволил выделить культурно-исторические и социально-экономические причины коммуникативных неудач.

В следующем примере обязательным для понимания фрагмента текста является знание читателем культуры страны/региона, о котором идет речь. Понимание искажается, если реципиент не владеет в полной мере информацией о ценностях американского народа.

He [evangelist] uses a microphone, though he most likely doesn't need it. His booming, Pentecostal-influenced voice carries easily through the open-air tent. [Rodriguez 2008: 2F].

Речь идет об одном из направлений протестантизма (Пятидесятниках), возникшем в начале XX в. в США. В те времена более 20000 человек собирались на встречи Пятидесятников, и, чтобы быть услышанным, их лидер должен был обладать громким, четким, хорошо поставленным голосом. Миссионер, о котором идет речь в статье, приехал, чтобы

проповедовать христианство, убедить жителей в том, что Бог помогает лишь тем людям, которые ведут здоровый образ жизни. При этом у него настолько звонкий и громкий голос, что автор невольно вспоминает проповеди Пятидесятников, легко выступавших без микрофона перед огромной аудиторией. Таким образом, статья, ориентированная на американцев, может быть не понята жителями США, если они не принадлежат к данной религиозной группе или не имеют сведений о ее существовании.

В заключение отметим, что выделенные нами факторы лингвистического и нелингвистического характера, препятствующие пониманию медиатекста, рассматриваются нами как конкретизация возможных причин коммуникативных неудач, описанных Н.А. Шехтманом. Анализ подтвердил, что непонимание может возникнуть как следствие сбоев лингвистического и экстралингвистического характера.

В **Заключении** обобщаются основные результаты исследования и намечаются перспективы дальнейшего изучения проблемы, которые мы связываем с возможностью исследования категориального взаимодействия в свете когнитивного и прагматического подходов на материале текстов различных функциональных стилей.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

Научные статьи, опубликованные в научных журналах и изданиях, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ:

1. Рябова Е.С. Композиционно-речевые корреляты категории информативности в тексте англоязычной газетной статьи // Известия Самарского научного центра Российской академии наук – №2 (2) – Самара, 2011 – с. 436-439 (0,5 п.л.)
2. Рябова Е.С. Категория информативности и ее экспрессивный потенциал в англоязычном газетном тексте // Известия Самарского научного центра Российской академии наук – №2 (3) – Самара, 2011 – с. 711-715 (0,6 п.л.)
3. Рябова Е.С. Информативность газетного текста для разных групп читателей // Известия Самарского научного центра Российской академии наук – №2 (4) – Самара, 2011 – с. 987-989 (0,3 п.л.)

Научные статьи, опубликованные в других изданиях:

4. Рябова Е.С. Восприятие англоязычного газетного текста в аспекте межкультурной коммуникации // Материалы XI Международной научно-практической конференции «Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики» // Гуманитарная наука и образование. Часть II. – Тольятти: Волжский университет им. В.Н. Татищева, 2009 – с. 296-299 (0,25 п.л.)

5. Рябова Е.С. Информационная насыщенность и напряженность англоязычного газетно-публицистического текста // Вестник Поволжской государственной социально-гуманитарной академии: Факультет иностранных языков. Выпуск 9. – Самара: Изд-во ПГСГА, 2009 – с. 138-146 (0,5 п.л.)
6. Рябова Е.С. Читательский аспект интерпретации газетно-публицистического текста как компонент профессиональной культуры преподавателя иностранных языков // Профессиональное развитие преподавателя иностранных языков / Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 15-16 октября 2009 г. – Самара: ПГСГА, 2009 – с. 279-284 (0,3 п.л.)
7. Рябова Е.С. Способы повышения информационной насыщенности англоязычного газетно-публицистического текста // Высшее гуманитарное образование XXI века. Проблемы и перспективы: Материалы четвертой международной научно-практической конференции.: В 2-х т. Т. 2. Филология и другие науки. – Самара. ПГСГА, 2009. – с. 315-316 (0,25 п.л.)
8. Рябова Е.С. Информативность газетно-публицистического текста как средство воздействия на читателя // «Наука и практика: проблемы, идеи, инновации». Сборник научных трудов / журнал «Мир гуманитарных наук» - Екатеринбург, 2010. – с. 101-102 (0,25 п.л.)
9. Рябова Е.С. Информативность и экспрессивность англоязычного газетного репортажа // Теоретические и методологические аспекты исследования функционирования языка. Всероссийская научно-практическая конференция, посвященная 75-летию со дня рождения и 50-летию преподавательской деятельности доктора филологических наук, профессора, заслуженного деятеля науки РФ Николая Абрамовича Шехтмана. Оренбург, 17-18 февраля 2011 г. : сб. статей; Мин-во образования и науки Рос. Федерации, Оренбургский государственный педагогический университет. – Оренбург: Изд-во ОГПУ, 2011 – с. 202-204 (0,35 п.л.)

Подписано в печать 5.03.2012.
Формат 60 x 84/16. Бумага ксероксная. Печать оперативная.
Объем – 1,25 усл. п. л. Тираж 100 экз. Заказ № 33.

Отпечатано в типографии ООО «Инсома-пресс»
443080, г. Самара, ул. Санфириковой, 110 А; тел.: 222-92-40

